



**НОВ  
БЪЛГАРСКИ  
УНИВЕРСИТЕТ**

**МАГИСТЪРСКИ ФАКУЛТЕТ**

Департамент „Дизайн“  
Докторска програма „Дизайн“

Яна Олег Дворецка

# **ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА ИДЕНТИЧНОСТ**

## **Автореферат**

на дисертационен труд  
за присъждане на образователната и научна степен „доктор“  
по 8.2. „Изобразително изкуство“

**Научен ръководител:  
доц. Елена Тодорова**

София, 2013 г.

Дисертационният труд е в размер на 226 страници и съдържа увод, осем глави, заключение, справка за приносите, библиография и списък с публикациите по темата.

В текста са включени общо 91 фигури, подкрепящи теоретичното изследване.

Авторът е щатен преподавател по моден дизайн в Департамент “Дизайн” в Нов български университет.

Дисертационният труд е обсъден и предложен за защита от съвета на Департамент “Дизайн” и насочен за защита от съвет на Магистърски факултет, Нов български университет, София.

Защитата ще се състои на ..... от .....

## ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

### АКТУАЛНОСТ НА ПРОБЛЕМА

Облеклото е неразделна част от ежедневието на всеки човек. Причините, поради които хората са започнали да покриват и украсяват телата си очевидно преминават отвъд обикновените съображения с климатични особености – наблюдаваме както наличието на сложно облекло при общества, населяващи територии, където температурите не изискват покриване на тялото, така и огромни различия във външността на хора, живеещи при подобен или еднакъв климат. В този смисъл външният вид на индивида се формира на базата на комбинация от функции, които облеклото изпълнява.

Най-често посочваните функции на облеклото са защитна, морална, декоративна и комуникационна. (Flugel, 1930, Harms, 1938, Barnard, 1996)

Според много костюмни историци и антрополози защитната функция е най-ранната причина за появата на дрехи, аксесоари и декорация на тялото (в това число – татуиране, оцветяване, пиърсинг, фризура и т.н.). Можем да разделим защитната функция на две направления - защита от климатични и природни опасности (студ, топлина, дъжд, сняг, диви животни и насекоми и т.н.) и защита от магическо-религиозни опасности – към което можем да отнесем всякакви амулети, маски и изключително разнообразна декорация на тялото, все още имащи голяма стойност в много етноси, населяващи Африка, Южна Америка, Югоизточна Азия, Океания и др.;

Смята се, че появата на моралната функция се крие в основите на Юдейско-християнското религиозно учение. Ако приемем библейската история за Адам и Ева, които откриват, че е срамно да си гол за исторически факт, то тогава ще трябва да приемем и тезата, че появата на моралната функция предшества появата на защитната функция. Моралната функция на облеклото се изразява в прикриване на определени части от тялото, които се смятат за срамни по силата на различни религиозни учения или обществени настроения и целта ѝ е да се добие визия, която съобразно определените изисквания и нагласи, да може да се определи като „скромна” и „благоприлична”. Макар днес моралната функция да е загубила голяма част от силата си в западното общество, тя все още е водеща в облеклото на много от ислямските страни, както и в по-малки етно-религиозни общности като евреите – хасиди, амиши, квакери, мормони и др.

Декоративната функция на облеклото се отнася към желанието на човека да изглежда по-красив и привлекателен. Въпреки че тя може да задоволява изисквания на индивида към самия него, основната ѝ цел е да привлича вниманието на срещуположния пол, да доведе до сексуален интерес и така да осигури продължението на биологичния вид. Макар несъзнателно, хората и от двата пола са били движени през цялата история на модата при избора си на облекло от подсъзнателния си инстинкт за размножаване. В различните епохи и

на различните места по света естетическият идеал се е променял до такава степен, че можем да наблюдаваме тотално противоположни концепции за красотата и съответно за вид на облеклото.

Значимостта на горепосочените функции е безспорна. Всички те и комбинациите между тях формират външния ни вид в различна степен.

Един по-внимателен прочит на историята на облеклото обаче ще ни предостави нова гледна точка към мотивацията на хората да изглеждат по определен начин. Облеклото е знак – „материален обект, поставен или използван като представител на друг предмет, явление, свойство, действие или събитие, за съобщаване на информация”<sup>1</sup>. Облеклото е универсален културен език, състоящ се от материални символи, които са проектирани да разкриват послания на различни социални и психологически нива. (Lurie, 1983, Wilson, 1985) Тези символи са съзнателно променени и манипулирани, за да отстояват и разграничават разлики в социалните и културни позиции на индивидите на лично, общностно и междуобщностно равнище.

Облеклото функционира като комуникационен апарат, който осигурява основна информация за възраст, пол, етнически произход, социален статус, религиозна, идеологическа и културна принадлежност. Това, което хората носят, може да индикира също персонални характеристики и естетически предпочитания. На базата на тази информация, членовете на обществото градят своята индивидуална и колективна идентичност.

За да бъдат правилно интерпретирани посланията на външния вид, е необходимо обществено съгласие по отношение на знаковата стойност на елементите в облеклото. Съществуват множество примери за неразбиране на модния език – миниполата може да индикира полова зрялост и готовност за сексуално общуване в западното общество, но се счита за знак за морално падение в ислямските общности; обратно практиката за покриване на главата сред мюсюлманките означава за тях набожност и преданост към религиозния идеал, но се възприема от западния човек като знак на унижение и дискриминация.

Изучаването на проявленията на идентичността чрез облеклото би подпомогнало процеса на универсализиране на този език. Съвременното общество се характеризира с паралелно съществуващи и динамично сменящи се идентичности. Тази нужда на постмодерния човек е тясно обвързана с нуждата от невербален комуникационен канал, какъвто е външният вид.

Днес облеклото е придобило огромно икономическо значение и е в центъра на многомилionenна индустрия. Разбирането на потребителските нужди, сред които е конструирането на идентичност, е ключово в процеса на създаване на моден продукт.

---

<sup>1</sup> Български тълковен речник, „Наука и изкуство”, 1994

## ТЕРМИНОЛОГИЧЕН АПАРАТ

За изграждането на ясна теза е необходимо избягването на двусмислия и различни тълкувания на термините, използвани в текста.

Тук ще възприемаме терминът „**външен вид**” като структура от елементи на външността, която включва дрехи, обувки, аксесоари, бижута, прически, грим и трайни модификации на тялото, без да взимаме под внимание природните дадености като расови и етнически особености или физически данни. Понятието „**облекло**” също ще се използва, за да маркира тези елементи от външността, които не са природно обусловени, а подлежат на изменения и подмяна.

**Модата**, като кратковременна форма на стандартизирано масово поведение, засягащо външната, видима страна на естетическите нагласи в обществото, е само частично предмет на това изследване, доколкото ще бъде възприемана тук като едно от възможните проявления на групово формирана идентичност чрез облеклото.

Терминът „**костюм**” ще бъде използван рядко, най-вече за да отбележим наличието на дълготрайност и липса на чести промени, какъвто е случаят с етническото облекло. В този смисъл „костюмът” се явява противоположност на „модата”, която отрича традициите и непреходните ценности.

„**Идентичност**” тук ще използваме в смисъл на „самоопределение” – индивидуалното разбиране на човек за самия себе си и социалната му роля. Идентичността се отнася едновременно към личностната представа за индивидуалност и към връзката на личността със социалната ѝ среда, тоест към груповите обединения на базата на някакво сходство. В този смисъл идентичността може да бъде индивидуална и колективна (групова). Колективната идентичност се гради на базата на общи характеристики (например език, култура, ценности, произход и др.), които идентифицират групата и създават чувство за общност.

Терминът „**знак**” неминуемо отправя темата в семиологична посока. Семиотиката изучава разнообразието от знаци и знакови системи в природата и обществото в три основни аспекта: а) отношението на знака към означаваното от него (семантика); б) взаимодействието на знаците помежду им в текста и контекста (синтактика); в) практическото използване на знаците и въздействието им върху възприемащия ги в общуването (прагматика). (Беров, 2000) Семиолозите дават множество различни интерпретации на понятието „знак”, но тук ще използваме едно от определенията на Чарлз Пърс, който разделя знаците на икони, индекси и символи, в зависимост от начина, по който знакът се отнася към означаваното. Според Пърс **символът** е знак, който денотира обектите си чрез факта, че се възприема от интерпретиращия и интерпретатора по определен начин. За разлика от иконата, той не наподобява обекта, нито води (индексира) до него, както индекса. Символът означава

съществуващ обект на базата на общо съгласие за подобен вид означаване. (Peirce, 1974)

Тук ще разглеждаме както семантичната, така и прагматичната страна на облеклото, разграничавайки се от лингвистичния анализ на Ролан Барт в „Системата на модата”, който смята, че съществуването на неезикови знаци е утопия и абстракция и че дрехата не може да конституира истинска смислова система, ако е лишена от речта, която я описва. (Barthes 1967)

## ОБЕКТ И ПРЕДМЕТ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

**Обект на изследването** са различните проявления на облеклото и външния вид, които играят ролята на комуникатор между индивида и останалите членове на обществото, както и влиянието на разнообразни икономически, политически и културни фактори върху значенията на облеклото.

**Предмет на настоящата дисертация** е конструирането на система от аспекти на идентичността, която доказва предимството на знаковата пред останалите функции на облеклото (защитна, морална и декоративна). Тази система представлява един семиологичен прочит на моделираната от всеки индивид външна (видима) страна на личността.

## ОСНОВНА ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА ТЕЗА

**Комуникативната функция на облеклото е водеща и превъзхожда по важност останалите му функции – защитна, декоративна и морална. Основната роля на облеклото е да конструира различни аспекти на личностната и груповата идентичност: социална, идеологическа, полова, религиозна, етническа, културна и сексуална, които формулират мястото на индивида в общността и маркират отношенията му с останалите членове.**

## ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Целта на дисертацията е да се създаде система от аспекти на идентичността, които се комуникират чрез облеклото и външния вид. Постигането на тази цел се осъществява чрез поставянето и решаването на следните основни задачи:

- Чрез изучаване и анализ на съществуващата литература да изследваме досегашните опити за създаване на знакови системи в облеклото;
- Без да имаме смелостта и намерението да оспорим синтактичния анализ на дрехата на Барт, да анализираме смисъла на съществуването на

облеклото в светлината на семантиката (отношението знак - означаемо) и прагматиката (отношението знак - възприемащ);

- С помощта на множество примери от историята на костюма и модата да систематизираме огромното многообразие от проявления на себеизява с помощта на облеклото;
- Да разгледаме мотивите за носене на определено облекло като акт на самосъздаване и позициониране в общността;
- Да анализираме облеклото като средство за оспорване на статуквото и разрушаване на социални конструкции;
- Да формулираме универсалните знаци в облеклото, както и тези, за които липсва обществено съгласие и са обект на неразбиране от страна на части от общността или други групи;

## МЕТОДИ

За методологическа база на изследването са използвани различни научни методи. Основно използван е методът на сравнителния и системния анализ (в това число елементарен, структурен, функционален и исторически).

Широко застъпени са методите на индукция (въз основа на наблюдения върху конкретни факти се определя обща зависимост) и дедукция (хипотезата се подлага на емпирична или аналитична проверка за съответствие на фактите). Проверените хипотези подлежат на логически анализ и систематизация и от тях се извеждат основните принципи, които изразяват същността на явлениято и закономерностите на неговото поведение.

Едновременно са използвани социологичен, културологичен и семиологичен подход към проблема. Изследвани са не само частите на системата от аспекти на идентичността, но и закономерности, причиняващи промени в естетическите критерии и съответно в начина на обличане и знаковостта на облеклото.

Изследването няма претенции за историческа пълнота и хронологичност, въпреки че не може да бъде избегнат специфичния културно-исторически контекст. Посочените примери от историята на костюма и модата имат за цел единствено да служат като доказателства на основната изследователска теза.

Тук е мястото да се даде обяснение за големия брой глави в съдържанието на дисертацията, което е необичайно за този научен формат. Построяването на система от аспекти на идентичността, която да доказва водещата роля на знаковата функция на облеклото изисква подробен анализ на тези аспекти. Ето защо всеки от тях е разгледан в отделна глава, чиято вътрешна структура е съобразена с конкретните особености на съответната проява на идентичността. Направените в края на всяка глава изводи сочат към генерални заключения, които впоследствие доказват общата теза.

## СЪДЪРЖАНИЕ

### УВОД

#### I. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА СОЦИАЛЕН СТАТУС

1. ВЪВЕДЕНИЕ
2. ИСТОРИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА КЛАСОВА ПРИНАДЛЕЖНОСТ
3. ТЕОРИИ ЗА ВРЪЗКАТА МЕЖДУ ОБЛЕКЛОТО, МОДАТА И СОЦИАЛНИТЕ КЛАСИ
4. РОЛЯТА НА ОБЛЕКЛОТО В СОЦИАЛНИТЕ РИТУАЛИ
5. ИЗВОДИ

#### II. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА ПОЛИТИЧЕСКА/ИДЕОЛОГИЧЕСКА ИДЕНТИФИКАЦИЯ

1. ВЪВЕДЕНИЕ
2. ОБЛЕКЛОТО КАТО СРЕДСТВО ЗА ИДЕОЛОГИЧЕСКА ПРОПАГАНДА ПРИ ТОТАЛИТАРНИТЕ РЕЖИМИ
  - 2.1. КОМУНИЗМЪТ В СССР, ИЗТОЧНИЯТ БЛОК И КИТАЙ
  - 2.2. НАЦИОНАЛСОЦИАЛИЗМЪТ И ФАШИЗМЪТ
3. ОБЛЕКЛОТО КАТО СРЕДСТВО ЗА КОНСТРУИРАНЕ НА ИДЕНТИЧНОСТ СРЕД ПОЛИТИЧЕСКИТЕ ЛИДЕРИ
4. ОБЛЕКЛОТО КАТО ПРАВО НА ИЗРАЗЯВАНЕ НА ПОЛИТИЧЕСКИ/ ИДЕОЛОГИЧЕСКИ УБЕЖДЕНИЯ
5. ИЗВОДИ

#### III. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА ПОЛОВА ПРИНАДЛЕЖНОСТ

1. ВЪВЕДЕНИЕ
2. КОНСТРУИРАНЕ НА МЪЖЕСТВЕННОСТТА
3. КОНСТРУИРАНЕ НА ЖЕНСТВЕННОСТТА
4. КОНСТРУКЦИЯТА НА БЕРГЕР И МЕТОДИ ЗА РАЗРУШАВАНЕТО ѝ
5. CROSS-DRESSING И УНИСЕКС
6. ИЗВОДИ

#### IV. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА РЕЛИГИОЗНА ИДЕНТИЧНОСТ

1. ВЪВЕДЕНИЕ
2. ОБЛЕКЛОТО НА СВЕЩЕНОСЛУЖИТЕЛИТЕ
3. РЕЛИГИОЗНИ СИМВОЛИ В ЮДАИЗМА
4. РЕЛИГИОЗНОТО ОБЛЕКЛО В ИСЛЯМА
5. ОБЛЕКЛОТО В ЕТНО-РЕЛИГИОЗНИТЕ ОБЩЕСТВА
  - 5.1. МОРМОНИ
  - 5.2. АМИШИ
  - 5.3. СИКХИ
  - 5.4. ХАСИДИ
6. ИЗВОДИ



**V. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА ЕТНИЧЕСКА И НАЦИОНАЛНА ИДЕНТИЧНОСТ**

1. ПРОИЗХОД И ХАРАКТЕР НА ЕТНИЧЕСКОТО И НАЦИОНАЛНОТО ОБЛЕКЛОТО
2. ИЗЧЕЗВАНЕТО И МОДИФИЦИРАНЕТО НА ЕТНИЧЕСКОТО ОБЛЕКЛО КАТО ЗАГУБА НА ИДЕНТИЧНОСТ
3. ВЛИЯНИЕ НА ЕТНИЧЕСКОТО ОБЛЕКЛО ВЪРХУ ГЛОБАЛНАТА МОДА
4. ПРИМЕРИ ЗА СЪВРЕМЕННА УПОТРЕБА НА ЕТНИЧЕСКО ОБЛЕКЛО
  - 4.1. АФРИКА
  - 4.2. АЗИЯ
  - 4.3. ЛАТИНСКА АМЕРИКА
  - 4.4. СЕВЕРНА АМЕРИКА
  - 4.5. АВСТРАЛИЯ И ОКЕАНИЯ
  - 4.6. ЕВРОПА
5. ИЗВОДИ

**VI. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА КУЛТУРНА ПРИНАДЛЕЖНОСТ И ГРУПИ ПО ИНТЕРЕСИ**

1. ВЪВЕДЕНИЕ
2. РАННИ ПРИМЕРИ
3. МЛАДЕЖКИ СУБКУЛТУРНИ ТЕЧЕНИЯ ОТ 40ТЕ ДО 80ТЕ ГОДИНИ НА XX ВЕК
4. ПОСТМОДЕРНИ СУБКУЛТУРИ
5. СУБКУЛТУРИ СВЪРЗАНИ С ПРЕСТЪПНОСТТА
6. ИЗВОДИ

**VII. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА СЕКСУАЛНА ИДЕНТИФИКАЦИЯ**

1. ОБЛЕКЛОТО КАТО СРЕДСТВО ЗА ИДЕНТИФИКАЦИЯ НА ЛГТБ
2. СЕКСУАЛЕН ФЕТИШИЗЪМ
3. ИЗВОДИ

**VIII. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА ПРИНАДЛЕЖНОСТ КЪМ ГРУПА. УНИФОРМА.**

1. ВЪВЕДЕНИЕ
2. ВОЕННА УНИФОРМА
3. РАБОТНА УНИФОРМА
4. УЧИЛИЩНА УНИФОРМА
5. СПОРТНА УНИФОРМА
6. ЗАТВОРНИЧЕСКА УНИФОРМА
7. ИЗВОДИ

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

**СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

**БИБЛИОГРАФИЯ**

**СПИСЪК С ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

## УВОД

Съдържа обосновка на избора на тема, базирайки се на нейната значимост и актуалност. Посочва основната изследователска теза, целта и поставените задачи. Определя обекта и предмета на дисертационния труд и изяснява основните термини, използвани в текста. Описва методологията и структурата на изследването.

## I. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА СОЦИАЛЕН СТАТУС

Социален статус е мястото на индивида или групата в социалната структура на обществото, което се асоциира с чест или престиж. Може да индикира произход, материално състояние, класова принадлежност, образователно и професионално ниво, както и позицията на индивида съотнесена към други членове на групата (например съпруг, баща и др.).

Социалната стратификация, базирана на статус е характерна за пред-модерните общества. Може би най-забележителната проява на стратификация е кастовата система на Индия, при която контакт с представител на по-долна каста замърсява този от по-горната и трябва да бъде последван от пречистване. В съвременните постмодерни общества социалният статус се базира все по-рядко на произход и все повече на критерии като добро образование, перспективна професия, притежаване и консумиране на материални блага, външен вид и маниери. ([www.britannica.com](http://www.britannica.com), 2013)

Социалният статус е свързан със социалната роля на индивида, като определя очакваното му поведение в групата. С промяната на социалната роля се променя и поведението, така че да пасне на очакванията, които групата има за тази роля. Социалната роля е свързана с определени права и задължения, произтичащи от социалните норми.

Възможността да се демонстрира социален статус чрез облеклото го превръща в мощно оръжие за структуриране на социалните отношения и за подсилване на класовите различия. По тази причина облеклото е използвано често и в междукласовата борба като убедително изразно средство на преимущество. Пример за това явление са т.нар. *sumptuary laws* или закони за контрол на разходите, които съществуват до появата на Индустриалното общество.

След Втората световна война икономиката се обръща към консуматорството. Достъпността на стоките е изведена на преден план. Класовото разделение обаче все още е видимо по това, какво носят хората. Постепенно простотата и функционалността заемат мястото на сложните, декорирани облекла при жените. Това явление се свързва с някои важни социални промени в модерното западно общество – правото на глас, контрола над раждаемостта и феминисткото движение. Модата се превръща в

множество възможности за избор, предоставени от дизайнери, производители, търговци и потребители, които са повлияни, но не и движени от висшата класа.

Западното общество на XX век, особено в САЩ се характеризира с висока степен на насочена нагоре мобилност в социалната структура. В държави с висока степен на имиграция облеклото често е възможност за установяване на напълно нова идентичност, която може да продължи да се променя и развива на новата територия.

През XXI век определянето на индивида като част от дадена социална класа е трудно, тъй като понятието е изгубило ясните си очертания. Преситеността от избори е довела до фрагментираност на обществото. Старите правила и социален ред, при които елитът диктува естетиката на външността са заместени от уличната култура – основен двигател в модата на постмодерния свят. Често тенденциите се появяват от маргинални групи и субкултурни течения.

Демонстрирането на социална позиция чрез облеклото днес е по-фино, еkleктично и няма задължителен характер. Ключът е в детайлите. По-висок статус често се индикира от прецизна кройка и перфектна изработка, използването на естествени и луксозни материали, както и от носенето на дрехи с етикети на престижни марки. Принадлежност към по-висшите социални слоеве често се маркира само от употребата на аксесоари – обувки, чанти, бижута, очила и часовници. Други признаци са аспекти на външността, свързани с постоянната грижа за себе си – поддържана прическа, бели и равни зъби, слабо и стегнато тяло.

Съществуват множество научни теории за връзката между облеклото, модата и социалните класи. Сред най-значимите са тези на Торщайн Веблен, Георг Зимел, Пиер Бурдийо, Жил Липовецки, Алисън Лури и Даяна Крейн. Техните изследвания са в основата на теориите за движението на модата (*trickle-down*, *trickle-up* и *trickle-across* теории).

Облеклото е съществен инструмент в т.нар. „ритуали на прехода“ от най-древни времена. Ритуалите на прехода бележат основните, същностните, най-важните моменти в човешкия живот - раждане, полово съзряване (преход от юношество към зрялост), сватба и смърт. Това са ритуализирани действия, които придвижват индивида от един жизнен етап до друг и публично маркират промяната на статуса му в обществото. Те са шаблонни и поддържат вярата и ценностите на всички участващи. В различните общества ритуалите на прехода варират и могат да включват както общовалидни ритуали какъвто е бракът, така и специфични, като встъпване в длъжност (например религиозна или политическа).

В постмодерното общество ритуалите на прехода са ценно средство в промяната на идентичности. Както завръщането към етнически и национални корени, промените в семейното и професионалното положение, така и приемането в субкултурни общности са маркирани от промени във външността, които съпътстват промяната на социалния статус.

*ИЗВОДИ КЪМ ПЪРВА ГЛАВА:*

Конструирането на социален статус чрез облеклото е отдавна познат процес. В класовото общество облеклото е огледало на социалните отношения и често е използвано като убедително изразно средство за демонстриране на превъзходство.

Много модни теоретици с основание считат изграждането на социална идентичност за основен двигател в модните процеси. В миналото степента на участие в тези процеси е зависила от мястото на индивида в социалната структура.

Днес почти всички участват в модния процес без значение от социо-икономическото си положение. Съществуват множество паралелни дрес кодове. Принадлежността към класа може да се дефинира според категории като лайфстайл, потребителско поведение, свободно време, професия, политически уклон, лични ценности, ниво на образование и други. Доколкото междукласовата мобилност не само е социално приемлива, но и се насърчава в условията на глобален капитализъм, в постмодерното общество е трудно да се развие класово самосъзнание и специфична класова култура. Това е добре известно на производителите на облекла и те промотират продуктите си не чрез идеята за класа, а чрез идеята за лайфстайл.

Класовата мода е заместена от консуматорска мода. Последната предлага далеч по-голямо стилово разнообразие, което се оказва определящо и за развитието на пазарните категории в модната индустрия. Тенденциите в облеклото вече не се диктуват от елита, а от поп-културата, както и от идеите на субкултурни и маргинални групи.

Въпреки реструктурирането на идеята за класово общество и класово облекло, модата продължава да е част от социалното съревнование. Възможността да се придвижиш напред и нагоре в социалната йерархия, която е била недопустима в миналото, е водеща идея в нашето време и на практика подсилва съществуващите класови стереотипи.

Съществена част от социалната идентичност на индивида е участието в т.нар. „ритуали на прехода”. Те касаят промените в социалния статус, които настъпват в различните етапи от живота. Нуждата от комуникиране на тези промени прави ритуалите на прехода устойчиви практики, които обществото видоизменя съобразно настоящите си нужди и ценности.

## **II. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА ПОЛИТИЧЕСКА/ИДЕОЛОГИЧЕСКА ИДЕНТИФИКАЦИЯ**

Ролята на облеклото като индикатор на социален статус е безспорна. В същото време облеклото е използвано в различни периоди и географски ширини като форма за социален контрол: от хората се изисква да се обличат по

определен начин, който индикира различни аспекти от тяхната социална идентичност. (Crane 2000)

Всяко общество или социална група развива собствена система за социален контрол и управление, която се споделя от членовете на групата. Тази система често се легитимира със средствата на определен дрес-код, който бива наложен от овластените лица. Дрес-кодът се формира на базата на моралните ценности в групата, които изхождат от нейната идеологическа позиция. Той може да включва както конкретни предписания по отношение на външния вид, така и да регулира степента, до която членовете на групата могат да участват в модата.

Тоталитарните режими развиват идеи за облекла, които да кореспондират на идеологическата същност на партийните ценности. Комунизмът в съветски стил е наложен не само в СССР, но и в Източна Европа и Китай. Източноевропейските страни са принудени да се отрекат от собствените си традиции в облеклото и да възприемат централизирания съветски модел за производство и дистрибуция на модни стоки. Въпреки че всички комунистически режими отхвърлят идеята за модата, определяйки я като декадентска и буржоазна, все пак наблюдаваме определени промени в облеклото през годините на тяхното управление, които се дължат на желанието за демонстрация на превъзходство пред капиталистическата система. Съществуват обособени идеи за ежедневно и официално облекло, които се формират в условия на сериозно информационно затъмнение и изкуствено създаден дефицит. Освен това, както и във всички други сфери на изкуството и културата, налице е цензура на държавно ниво, чиято главна цел е да не допуска „вредни“ влияния от „прогнилото“ капиталистическо общество. От облеклото не се очаква да пресъздава красота или елегантност. Счита се, че простото, функционално и безкласово облекло, което ще покрие всички нужди на работещата жена е резултат от сериозни научни и технически проучвания.

Униформата на революционен Китай е известна на Запада като „костюмът Мао“ на името на китайския комунистически лидер Мао Дзе Дун. В периода на Културната революция (1966-1976) започват организирани репресии срещу „остарелите“ форми на облеклото – *кипао*, *чонг сам* и мъжката „*роба на учения*“. Те са обявени за „феодални“ и противоположни по значение на скромното, революционно облекло. Облеклото е включено в маоистката доктрина за „планирано поведение“. Модата е подчинена на единствен закон – пестеливост.

Нацистката партия в Германия идва на власт през 1933 година с идеята за автентично германско облекло – проектирано и произведено от арийци, достатъчно добро за жената на Третия Райх. Расово подходящото облекло е напълно изчистено от френски и особено от еврейски влияния. За идеалната германска жена, посветена на семейството си, красотата произхожда не от козметики и модни облекла, а от вътрешното щастие, което извира от посвещението ѝ на деца, дом, съпруг и родина. Официалното становище на

партията е в подкрепа на „естествения вид“ и напълно заклеява нездрави пороци, като гримиране, пушене и пиене, които са обявени за не-германски и не-женски. Въпреки силната пропаганда в сферата на дамското облекло, връзката между официалното становище и реалната ситуация на улицата е много слаба. В крайна сметка модата се оказва неуспешен инструмент в опитите да се определи германската жена като майка на чистата раса.

Редица политици и държавни глави (особено тези, стоящи начело на военно-тиранични режими) успешно употребяват облеклото и външния си вид като политически/идеологически код. Популярни са два метода – използването на военна униформа, която легитимира власт и принадлежност към въоръжените сили (Фидел Кастро, Аугусто Пиночет, Муамар Кадафи) и носенето на облекла с етнически произход, които свидетелстват за придържане към националните ценности и традиции (Джавахарлал Неру, Ево Моралес, Хамид Карзай).

В страните с установен демократичен режим дрес кодът изисква бизнес костюм, който се е превърнал в политическа униформа на демократичния капитализъм. Партийните ценности обаче често са изразявани чрез гардероба на съпругите на политиците.

Активна форма за изразяване на политически и идеологически убеждения е т.нар. „опозиционно облекло“ или антимода, използвано от различни контракултурни течения, като хипи и пънк. Антимодата е форма на социално поведение (от несъгласие до бунт), която се изразява в носене на облекла, грим, прически и аксесоари, които не кореспондират с естетическото статукво към даден момент и място. За разлика от останалите антимодни форми, които имат за цел да по-скоро да съхранят вече съществуваща идентичност, базирана на ценностната система на групата (например религиозните убеждения на малцинствени групи като хасиди и амиши), контракултурите не просто предлагат визия, подходяща за споделящите съответните ценности, но и иронизират и развенчават достойнствата на доминиращия стил.

Като най-популярен и достъпен съвременен метод за изразяване на политически убеждения можем да посочим лозунгите, отпечатани на памучна фланелка. Това се дължи от една страна на ниската ѝ цена, и от друга - на възможността да комбинираш желанието си за изразяване с една доста по-конформистка визия. Евтини и бързи за производство, фланелките могат да отговарят в кратки срокове на появилите се политически и социални събития, като се превръщат в достъпно платно за комуникация на лично мнение.

#### *ИЗВОДИ КЪМ ВТОРА ГЛАВА:*

По отношение на политическата и идеологическа принадлежност, облеклото може да служи за конструиране както на групова идентичност, така и за изява на индивидуално отношение.

Много политически режими (най-вече авторитарни и тоталитарни) използват облеклото като инструмент за социален контрол. В тези случаи се проектира специално облекло, което да пресъздава ценностите, втълпени на населението от режима. Опонирането на такава модна диктатура се изразява в неспазване на предписанията или в подражаване на модни течения, идващи от идеологически несъвместими концепции.

Политическите лидери често използват облеклото, за да комуникират ценностната система на организацията, която представляват. Това е характерно не само за стоящите начело на военни и тиранични режими, но и за политици в държави с демократично устройство. Видът им в този случай може да декларира ценности като суверенитет, единност на нацията, класов произход, финансов статус и др.

Облекло, което е в разрез с традиционните схващания и естетически нагласи може да бъде определено като „опозиционно облекло“. Субкултурни течения като стилиаги, хипи и пънк успешно използват външния си вид като форма на политически и социален протест.

Чрез феномена „personal branding“ днес всеки член на демократичните общества може да изрази политическа и идеологическа позиция, без да се налага да участва в организирани движения и групи.

### **III. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА ПОЛОВА ПРИНАДЛЕЖНОСТ**

Понятието „пол“ съществува в два аспекта – биологичен и социален (за които има отделни думи в английския език – респ. „sex“ и „gender“). Биологичното понятие sex се определя от наличието на репродуктивни органи. Социалното понятие gender се определя от културните различия между двата пола, към които се отнасят и различията в облеклото. (Barnard 1996)

Облеклото дефинира не само различията, но и отношенията между двата пола. От най-древни времена дрехите имат за цел да привличат противоположните полове един към друг. Подсъзнателният инстинкт за размножаване е един от двигателите на модата и за огромно количество хора той е основна предпоставка при избора им на дрехи. И жените и мъжете са се обличали през различните епохи (и продължават да се обличат) така, че да подчертават, уголемяват и разкрасяват половите си различия.

Различията между двата пола са видни не само от вида на дрехите, определени като „мъжки“ и „женски“, но и от значението, което мъжете и жените придават на облеклото, като метод за конструиране на идентичност. Мъжете повече от жените смятат, че дрехите изпълняват функцията да конструират социален престиж, за който може да се каже, че формира част от отношението им към самоизразяването. За жените от съществено значение е символичната функция в перспективата на ориентация към околните.

В много епохи облеклото на мъжа е проектирано така, че да предполага физическо и/или социално превъзходство. В миналото това превъзходство е



било директно излагано чрез елементи на облеклото като т.нар. *codpiece* или дрехи с подчертани форми, на местата, където се предполага мускулен обем. Индустриалната епоха въвежда модна съдържаност в мъжкия гардероб – костюмът, който свидетелства за ръководни позиции в бизнеса. Съвременният бизнес костюм отклонява вниманието от физическите дадености към икономическия и социален статус на мъжа.

В последните години на миналия и в началото на новия век се появи идеята (и в голяма степен общественото съгласие), че специалните грижи за външния вид (като грижи за маникюра например) не означават непременно липса на „мъжественост“. Нарастващото внимание на мъжете към външния им вид се дължи и на нарастващата липса на традиционно мъжествени характеристики в други социални сфери.

През по-голямата част от модерната европейска история, женският костюм е проектиран така, че да предполага успешно майчинство. Патриархалното общество на XIX век идентифицира жената с луксозна стока, здраво пристегната в корсет и лишена от възможност за активно движение от многобройни, дълги до земята фусти. Мъжете поддържат безпомощната и безполезна жена като знак на икономическа и сексуална сила. Панталонът е неприемлива концепция – от една страна той е недвусмислен социален знак за „мъжко“, от друга – известна е употребата му от жени от най-ниските социални слоеве, които извършват тежък физически труд. Ето защо той се превръща в символ на борбата за равнопоставяне на жените. След 50те години на XX век, които завръщат викторианския идеал, следват десетилетия, които освобождават жената от мъчителните и деформиращи знаци за полова идентичност.

През 90-те се появява интересно противоречие в идеала – дизайнерите лансират кльошави, сякаш полово несъзрели момичета от типа Кейт Мос, а в същото време манията по големият бюст сред жените добива епидемиологични размери. Корсетът е заменен от убийствени диети, които обаче се отразяват драматично и върху размера на бюста. Този дефект се компенсира от силиконови импланти, които започват да изместват по популярност подплънките и банелите в сутиена. Тази тенденция за преследване на новия идеал за женственост подкрепя конструкцията, формулирана от Джон Бергер: „*men act, women appear*“. (Berger 1972) Според тази формулировка понятието „женственост“ е редуцирано до „да изглеждам женствено“, докато понятието „мъжественост“ съдържа идеята „да бъда мъжествен“.

В годините битката за промяна на тази конструкция е приемала различен облик и е била съпътствана от различни идеологически течения. Най-често опитите да се избяга от общоприетите стереотипи на полова идентичност са дело на феминисткото движение. Използваните методи са два: първият – отказ да се употребяват дрехи, средства и стилове, които са част от идеологията на нарцисизъм и екхибиционизъм, характеризираща конструкцията „жена –



наблюдаван”; вторият – употребата на дрехи, средства и стилове, които дрес кодът определя като „мъжки”.

Две от интересните практики за подмяна на традиционното схващане за мъжествено и женствено облекло са *cross-dressing* и унисекс. Терминът *cross-dressing* обозначава носенето на облекло, което като цяло се асоциира с другия пол и в голяма степен противоречи на обществените норми. Унисекс обозначава облекло, подходящо или проектирано специално за носене и от двата пола. Тази тенденция се утвърждава от десетилетието, което развива култ към младостта (явление, познато като *Youthquake* – от англ. *youth* – младост и *quake* – трясък, земетресение).

#### ИЗВОДИ КЪМ ТРЕТА ГЛАВА:

Безспорно е наличието на психически, културни и социални, освен биологичните различия между двата пола, които оказват влияние върху методите ни на полова идентификация и презентация.

Облеклото определя не само различията, но и отношенията между двата пола. Еротизирането на облеклото е сериозен фактор в тези отношения. В този случай декоративната и комуникативната функция се припокриват.

Вероятно поради факта, че мъжкото облекло притежава едно сериозно качество – комфорт - и поради отдадеността на мъжа от постиндустриалното общество към работата и кариерата, не се наблюдават сериозни и системни опити за промяна на униформената и конформистка визия на мъжете. Ето защо днес жените притежават изключителна свобода за експерименти с мъжкия гардероб без това да променя половата им идентичност, докато обратното се смята за нарушаване на социалните норми.

Конструирането на женствеността традиционно се свързва с употребата на артикули, които ограничават и затрудняват жената както в ежедневни активности, така и в конкуренцията ѝ с мъжа – кринолин, корсет, високи токчета, тесни миниполи и много други. Всякакви опити да се избяга от този стереотип се смятат за „неженствени”. От друга страна позицията на „по-слабия” пол има очевидно еротични конотации, които жените използват, за да поддържат интереса на противоположния пол.

Макар и обусловено от биологични фактори, отношението между „женствено” и „мъжествено” е социална конструкция, която търпи промени, в зависимост от промените в естетическите критерии на епохата. Тази конструкция е силно повлияна от икономическите, политически и културни аспекти на живота. Оспорването ѝ е постоянен процес с променлив успех.

Сред най-способните тактики за промяна и освобождаване от статуквото на полова диференциация са *cross-dressing* и унисекс облеклото. Докато *cross-dressing* е индивидуален метод за размяна на половата идентичност, унисекс модата е постмодерно обществено течение, което има за цел да пренебрегне биологичните различия, за сметка на други аспекти на идентичността.

#### IV. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА РЕЛИГИОЗНА ИДЕНТИЧНОСТ

В много религии и вярвания външния вид е символ за идентификация на вярващия. Религиозното облекло включва широк кръг от дрехи, аксесоари и декорация на тялото и обхваща различни по вид и стойност артикули на облеклото – от богато орнаментираните и символични одежди в православното християнство до татуировките, скарификацията и оцветяването на тялото при примитивните общества.

Сред всички по-значителни религии основна тема в предписанията за външен вид е благоприличието на женското облекло. Тази полова норма се асоциира от една страна с учението, че жената е в основата на греха и от друга - че тя е психически и морално по-неустойчива. В общи линии религиозният дрес код изисква дрехата да покрива и прикрива контурите на женското тяло.

Можем да отбележим, че най-строги и рестриктивни са предписанията за външен вид в религиозните общности с хомогенен етнически характер, познати като етно-религиозни групи (напр. менонити, амиши, хасиди, хутерити, сикхи и различни мюсюлмански групи). Често при тях облеклото едновременно изразява етническия им произход и религиозната им принадлежност. Дрес кодът им има за цел да потиска изразяването на индивидуалност и да придържа членовете към общите за групата ценности (което включва и обвързването само с членове на групата).

Религиозното облекло се асоциира силно с конформизъм и униформеност. Нарушаването на дрес кода от член на групата може да предизвика не само неодобрението на останалите, но и различни методи за натиск върху този член, целящи да го принудят да се подчинява на груповите норми. Нарушаването се смята за девиантно поведение и заплаха за социалния ред в групата и често води до прилагане на дисциплинарни мерки или дори изключване.

Днес християнският религиозен дрес код не функционира, с изключение на някои ограничения, налагани при влизане в храм. Той обаче е оказал силно влияние върху много култури с по-ниска степен на развитие, променяйки етническото им облекло според собствените си критерии за морал. Обличането в дрехи по християнски образец се смята от мисионерите за „цивилизоване на местните жители“. Често процесът за възприемане на чуждата култура и религията от туземците е придружен от методи на „изтънчено насилие“. (Arthur, 2005)

Религиозното облекло напълно е изчезнало от ежедневието на християните и следи от него можем да открием единствено при свещенослужителите. Така то изпълнява едновременно няколко роли – конструира професионална идентичност (отделяйки църковния служител от миряните), религиозна идентичност (демонстрирайки принадлежност именно

към християнската религия) и социална идентичност (определя позиция в структурата на църковната йерархия).

Юдейските религиозни одежди са смесица от много древни и изключително модерни части на облеклото. Сред най-популярните древни символи са *тефилин*, *кипа* и *талит*. Тези елементи на облеклото имат не само религиозен характер – те са част от хилядолетната традиция на еврейския народ и подпомагат съхранението и опазването на културното му наследство.

Религиозното облекло в исляма е свързано с петте стълба, на които се опират мюсюлманската вяра и практики (включително отношението към облеклото) включват *шахада* (декларация на вярата, че „няма друг бог, освен Аллах и Мохамед е неговия пророк“), *салат* (петте дневни молитви), *закат* (даване на милостиня, понякога считана за религиозен данък), *саум* (ежегодния месец Рамазан, през който се пости през деня) и *хадж* (поклонение в Мека).

На практика освен ихрам – специализираното облекло за поклонения, строгият канон в облеклото касае най-вече жените. Макар за жителите на западния свят облеклото на ислямските жени да изглежда еднакво, в различните части на мюсюлманския свят съществуват разнообразни костюмни форми. Общото между тях е, че за да покрият религиозните предписания, те трябва да изпълняват изискванията за скромност и благоприличие. Много от тях всъщност имат етнически произход и са създадени на базата на климатични и географски особености, а впоследствие им е принадена религиозна стойност. Сред тези разнообразни облекла можем да споменем *абая*, *бурка*, *никаб*, *джилбаб* и други.

Макар в Корана да няма конкретни изисквания относно покриването на главата и лицето, покривалото за глава е най-явният знак за разпознаване на религиозната принадлежност на мюсюлманката. Тази практика е известна под наименованието *хиджаб* – сборно понятие за различните видове покривала за глава. *Хиджаб* в смисъл на параван, преграда, завеса и покривало разкрива и защитната му функция – покритото е защитено.

Политическата и религиозна символика на хиджаб често се пресичат – явление, натрапващо се от края на 70<sup>те</sup> години. Носенето на хиджаб сред големите емигрантски общности в Западна Европа е непрекъснат повод за бурни дискусии. В много европейски страни тази практика се смята за нарушаваща правата на жените. Сред самите мюсюлманки обаче се наблюдава яростна защита на правото им да изразяват религиозните си убеждения. Много от тях смятат, че хиджабът е символ на вътрешната им красота в контраст на идеализираната от западния свят атрактивна външност.

В Северна Америка съществуващите специфични етно-религиозни групи (амиши, менонити, хутерити, хасиди) съзнателно се отделят от останалата част на обществото, опитвайки се да основат малки, затворени общества. Много от тях са се зародили в Европа и са се преместили на новия континент, заради обещаните религиозни свободи на емигрантите. Тези групи често се възприемат от външния свят като необикновени, странни и дори ексцентрични.

На практика това отношение не произлиза от съществените религиозни разлики с ортодоксалното учение, а от девиантното им поведение (спрямо нормите на съвременната западна цивилизация), което е визуално манифестирано от облеклото им. Най-съществените черти на това поведение са изолация от външния свят, подчинение на вътрешните норми и на органите, следящи за изпълнението им, мощно духовенство и сурови санкции за нарушаване на предписанията. Отчетливи характеристики на облеклото, изразяващо това поведение, са строга полова идентификация, монохромност, предпочитание към тъмните тонове, при жените – широки, дълги дрехи, прикриващи смятаните за еротични атрибути на женското тяло (бюст, ханш, коса) и съпротива спрямо измененията в облеклото на външния свят, което определя облеклото в групата, като „старомодно” и „консервативно”.

#### *ИЗВОДИ КЪМ ЧЕТВЪРТА ГЛАВА:*

Религиозното облекло и религиозните символи изразяват както индивидуална, така и групова самоличност, тъй като хората използват външния си вид за да представляват и популяризират идентичност, съответстваща на религиозните им убеждения.

Подкрепяйки традицията, религиозното облекло може да бъде видяно като противоположност на модата, която в същността си е динамична и изменчива. Религиозните учения често отхвърлят модата с презумпцията, че тя съсредоточава вниманието върху индивидуалността вместо върху групови добродетели, проповядвани от учението.

Организираните религиозни течения използват облеклото по два взаимно свързани начина. Първият се отнася до поддържането на традиции и обичаи в организацията, като във връзка с това се установява визуална идентичност, обща за религията. При вторият се прокарва идеята, че свещената дреха е необходима за вътрешния контрол на всеки индивид, като по този начин се упражнява едновременно контрол върху идентичностите на всички членове на групата.

Много често правилата в религиозните учения, между които и спазването на предписания за външността, се налагат от мъжко духовенство на членовете на религиозната група от женски пол и така подобни патриархални, религиозни общества съзнателно използват дрес кода, за да поддържат социален дисбаланс между половете.

Религиозното облекло е символичен механизъм, чрез който физическото тяло излага ценностната система на социалното тяло. Религиозната визия помага да се очертаят границите на една социална единица. Уникалното облекло, характерно за специфични културно-религиозни общности функционира като изолатор за членовете на групата от околните, като в същото време ги свързва помежду им.

Въпросът за религиозното облекло като знак за идентичност е особено актуален в началото на XXI век. Една от причините е глобалното придвижване на групи хора в търсене на по-добри условия за живот. Западната цивилизация, която напълно е отхвърлила религиозните символи от ежедневието си, се сблъсква с ревностна съпротива срещу глобалната модна идея от страна на етно-религиозните общества и емигрантите от мюсюлмански страни. Капсулирането на тези общности, както и положителният им прираст заплашва да промени коренно демографското съотношение в западния свят. В този смисъл религиозното облекло играе роля при конструирането на идентичността на все по-големи части от населението.

## **V. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА ЕТНИЧЕСКА И НАЦИОНАЛНА ИДЕНТИЧНОСТ**

Етническа група е термин, който се отнася до група хора, споделящи общо културно, историческо и друг тип наследство. Етническите групи могат да бъдат обединени от различни фактори като биологичен произход, история, раса, родствени връзки, религия, език, култура, територия, националност или външен вид. Членовете на етническата група осъзнават принадлежността си към нея, а хората извън нея признават нейната обособеност.

Термините „етнически“ и „традиционен“ означават не-модно облекло и касаят вид, който отразява миналото и при който промените са бавни, а факторите, които ги предизвикват – малко. Облеклото в етническите групи конструира кодова система, която често е непонятна за хора извън групата.

Понятието *фолклорно облекло* се различава от *етническо облекло*. Неговата употреба е фиксирана от модните теоретици върху облеклата на народите от Европа. Обикновено фолклорното облекло разграничава селското население от богатите земевладелци, аристокрацията и членовете на монаршеското семейство. (Eicher, 1995)

*Националното* облекло, свързано със социо-политическата концепция за нация-държава, идентифицира гражданите на една страна. Понякога националното облекло произлиза от традициите на един етнос в мултиетнически държави. В други случаи културното наследство на една група може да включва национални, религиозни и кастови фактори.

За етническо облекло може да се възприеме и облеклото, носено от етническа група след сериозна промяна в начина ѝ на живот, вследствие на външна намеса. Такива са често срещани в Африка, Средна Азия и Океания, където след известно адаптиране и преработка, са приети натрапените от християнските и мюсюлмански мисионери предписания за външен вид.

Въпреки общоприетото схващане, че етническото облекло не се променя, наблюдаваме развитие във всички етнически костюми, дължащи се на поредица от фактори, например промени в икономическото състояние, контакт

с други етнически групи, откритие и подобряване на технологиите за изработка на облекла и др.

Промените в етническия костюм настъпват често поради преместването на етнически групи извън родните им територии. Лесният достъп до международни медии под формата на телевизия, филми и печатни издания оказва пряко въздействие върху стилистиката на облеклото дори и при етно-групи, които никога не са напускали етническите си територии. Господството на западните медии на световния информационен пазар води след себе си естествено европеизиране на етническото облекло.

Очевидно е изчезването, модифицирането и заместването на етническо облекло, най-вече по отношение на ежедневната му употреба. В отделни случаи то остава да съществува под формата на облекло за официални поводи, церемонии и събития с фестивален характер. Желанието да се изрази материално благополучие чрез външния вид (посредством притежаването на луксозни, западни стоки) е друг фактор, влияещ върху отмирането и модифицирането на етническото облекло. Забраната на етническото облекло може да бъде политически акт, целящ асимилацията на етническа група в страни с доминираща етническа общност или в мултиетнически страни.

Още един аспект на глобализацията е възприемането на елементи от външността на различни етнически общности като част от модния продукт, създаван от западната конфекционна индустрия. Много дрехи с етнически произход, като южноамериканското пончо, тихоокеанския саронг и др., са „иззети“ от оригиналния си контекст и са напълно асимилирани в глобалната мода. В търсене на „новости“, дизайнерите отново и отново интерпретират колорити, десени, детайли или цели форми от облеклата на народите на Африка, Азия, Южна Америка и Океания. Асимилирането на етническите облекла и практики от западната мода застрашава сериозно съществуването им като знак за етническа и национална принадлежност. Заедно с възприемането на западния маниер на обличане от все по-големи групи хора из целия свят, то предлага един глобализиран и унифициран модел, който системно унищожава културната автентичност.

Въпреки това по различни причини много хора с различен етнически произход продължават да употребяват и до днес етнически облекла под една или друга форма.

Африканският континент е съхранил най-голяма степен етническите костюмни традиции на жителите си. Огромните, неиндустриализирани райони и поминъкът им на ловци-събирачи и скотовъдци, е подпомогнал значително запазването на етническата идентичност на много африканци. Западното облекло прониква убедително, особено в градските зони – чрез масмедиите, пътуващите в чужбина, наслагвания от колониалното минало на континента и най-вече чрез огромния пазар на дрехи втора употреба, които са изгодна алтернатива както на новите артикули от магазините, така и на традиционните ръчно приготвяни, времеемки и трудоемки етнически дрехи и аксесоари.



Въпреки това много африканци, особено живеещите в племенни общности, не са склонни да изоставят традициите си и комбинират модерните, западни артикули с традиционните облекла, които са натоварени със символика.

Както и в останалите части на света, освен Европа и Северна Америка, Азия приютява огромно разнообразие от етническо облекло, което продължава да се употребява в провинциалните райони, отдалечени от икономическия прогрес на големите градове. Различни общности от Южна Азия (Пакистан, Северна Индия, Виетнам, Лаос, Тайланд, Мيانмар и др.), Централна и Източна Азия (Таджикистан, Туркменистан, Казахстан, Узбекистан, Монголия) и до днес се идентифицират чрез визуалния език на елементите от облеклото си – силует, колорит, отличителна украса за глава и прически, декорация, материали и други. Външният вид играе важна роля в социалния и ритуален контекст на тяхното съществуване като етнически групи и засега устоява на културната унификация, на която са подложени развитите части на азиатския континент.

Текстилът и облеклото имат дълга история на територията на Южна Америка. Тя започва още с цивилизациите на олмеките и маите, продължава през кървавата колонизация на континента от испанските конкистадори и достига днешния етнически микс, образуван от емигранти от всички части на света. Ето защо многообразието в етническите облекла на Латинска Америка е лесно обяснимо. Въпреки това съществуват връзки в облеклото на народите от Южна Америка. Такава е например широко разпространената вяра в символичната сила на текстила и облеклото. Сред повечето етнически групи дрехите и аксесоарите играят сериозна роля в ритуалите около жизнените цикли – кръщаване, полово съзряване, женитба, смърт и др.

В съвременното облекло в Северна Америка е трудно да бъдат намерени следи от етническото облекло на коренното население. Това се дължи от една страна на тоталната колонизация на континента от европейски заселници, които не срещат сериозна съпротива от малобройното и изостанало в техническо отношение индианско население. От друга, хората в свръхиндустриализираното, модерно американско общество отдавна не са зависими от условия като климатични промени и наличие на ресурси за производство на текстилни и други суровини за облекла. Съществува отчетлива разлика в държавната политика по отношение на етническото облекло в двете страни с най-голям приток на имигранти – САЩ и Канада. В Съединените щати от имигрантите се очаква да станат американци. Те имат възможността да запазят елементи от културното си наследство и да наричат себе си афроамериканци или италиански американци, но все пак се предполага, че ще станат част от една по-голяма общност – американската нация. Канадският модел, обявен в Канадския мултикултурен указ от 1988 година, се нарича „мозайка”. Той предоставя далеч по-голям избор на имигрантите по отношение на запазването на етническата им идентичност и в частност на нейните външни белези.

Сред народите на тихоокеанските острови съществува убеждението, че тялото е опаковка, която търпи трансформации по пътя на човека през различните жизнени цикли. Неприкосновеността на физическото тяло, характерна за западния човек е чужда на местните жители, напротив, според тях то има нестабилно и преобразимо съществуване от раждането до смъртта. Поради климатичните условия жителите на островите и австралийския континент не се нуждаят от защитно облекло. Кожата остава основното платно за изява на традициите, убежденията и идентичността им. Ето защо модификациите на тялото като татуировки, пиърсинг, боядисване и скарификация са сред основните изразни средства във външността им, наред с пищни аксесоари, изработени от материали, предлагани от местната флора и фауна. Контактът с европейските заселници променя из основи тези практики. Християнските мисионери налагат покриване на тялото и принуждават местното население да изостави традиционните си методи за декорация. Въпреки това при събития от национален характер някои от жителите на островите пренебрегват ежедневно употребяваните европеизирани костюмни форми и се завръщат към образците, създадени от предшествениците им, за да демонстрират принадлежност към национална кауза или желание да опазят културната си идентичност.

Съвременната употреба на етническо облекло из цяла Европа има фестивален и дори карнавален характер. В редки случаи фолклорно облекло се използва за официални церемонии. Макар и напълно изчезнало от ежедневието на европейците, фолклорното облекло все още играе важна роля в изграждането и запазването на националното самосъзнание.

#### *ИЗВОДИ КЪМ ПЕТА ГЛАВА:*

Етническото облекло е обратно по значение на модата. Много изследователи го категоризират като „антимода“, заради липсата на постоянни промени, които са характерни за модата. То е устойчив метод за конструиране на групова идентичност на базата на общи културни ценности.

Етническото облекло може да се определи като дрехи, аксесоари и модификации на тялото, които са уловили миналото на членовете на групата, артикули на традицията, които се носят и показват, за да означат културно наследство.

Глобализацията е процес, който пряко засяга промяната и изчезването на етническото облекло. Масовите медии, международната търговия със суровини и готови облекла, миграциите и други фактори създават условия за културна колонизация, която пряко влияе върху външния вид на хора от различни етноси. Очевидна е връзката между отмирането на етно-стиловете и урбанизиращия начин на живот.

Един от най-сериозните фактори за загубата на значението на етническото облекло като аспект на идентичността е възприемането му в



масовата мода. Различни детайли и костюмни практики се интерпретират от модната индустрия в търсене на новост и оригиналност, което популяризира етническите облекла, но ги лишава от значенията им.

Въпреки това, в много неурбанизирани и неиндустриализирани части на света етническото облекло все още е основно за местното население. Във високо развитите западни общества съществува отчетлива тенденция за съхранение на костюмните традиции, с цел опазване на националната, етническа и културна идентичност.

## **VI. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА КУЛТУРНА ПРИНАДЛЕЖНОСТ И ГРУПИ ПО ИНТЕРЕСИ**

Култура (от лат. *cultura*, идващо от *colo, colere* и означаващо *възпитание, образование, развитие, култивиране*) наричаме съвкупност от духовни и материални ценности, създадени от човечеството през историческото му минало, както и състояние на обществения, стопанския и духовния живот в различните епохи и страни.

Субкултура (букв. подкултура от *sub* (англ.) - "под (вид), подчинен, в по-ниска степен" + култура) е група от хора с култура, която се различава от по-широката култура, към която принадлежат.

Субкултурите могат да се идентифицират по различни признаци, например възраст, етническа принадлежност, класа, местоположение и/или пол. Характеристиките, които определят субкултурите като различни, специфични спрямо общата култура могат да бъдат езикови (характерен жаргон), естетически, религиозни, политически, сексуални, географски или комбинация от тези или други фактори.

Субкултурите често се определят чрез противопоставяне на по-широката култура, към която те принадлежат, въпреки, че тази дефиниция не е универсално призната от теоретичите. Ако субкултурата се характеризира със системно противопоставяне на ценностите на доминиращата култура, тя може да се определи като контракултура.

Членовете на определена субкултура обикновено показват принадлежността си към нея чрез отличителен и символичен стил. Освен идеологическите, етническите, музикалните, сексуалните и др., съществуват множество субкултури, които са базирани предимно на идеята за външен вид. Облеклото и декорацията на тялото са сред най-ефективните инструменти на субкултурите за конструиране на идентичност. Ето защо изучаването на дадена субкултура често включва изучаването на символиката в дрехите, музиката или други отличителни черти на членовете на субкултурата, както и начините, по които членовете на доминиращата култура интерпретират тези символи.

Макар субкултурите да се смятат за модерен феномен, групи от хора, които опитват да подменят идеите за модно и естетично и така да оспорят статуквото са известни от XVIII век. Като ранни примери за субкултури можем

да посочим клуба „*Macaroni*” в Англия и френските *Incroyables* и *Merveilleuses*. Въпреки че на пръв поглед изповядват противоположни идеи, *дендитата* и *бохемите* от края на XIX век също имат общата цел да противостоят на общоприетото чрез външността си. В години, в които доминиращата култура налага мода, противоречаща на естествените човешки форми и активности, в позицията на контракултура се озовават идеологически течения, имащи за цел да възвърнат здравия разум в облеклото. Пример за такова течение е „*The Rational Dress Society*” („Обществото за рационално облекло”), основано през 1881 година, с цел да освободи жените от жестоката прегръдка на корсета и останалите нехуманни атрибути на викторианското дамско облекло.

В началото на XX век на различни територии на света се развиват наченки на т.нар. младежки субкултури – *hooligans* и *zootsuiters*. Младежките субкултури имат идеологически, музикални, етнически и др. корени.

След Втората световна война главно в Европа и САЩ се появяват поредица от стилове с различен характер, обединени единствено от общата кауза да се дистанцират от преобладаващите естетически настроения и етични норми. Сред най-популярните са *теди бойс*, *модс*, *рокери*, *пънк* и *скинхедс*.

Обикновено популярността на една субкултура залязва, когато видът ѝ се комерсиализира и загуби естествеността си. Друга причина за западането ѝ може да бъде достигането на членовете ѝ до възраст, в която трябва да създадат семейства и да се грижат сами за прехраната си.

Често субкултурата не изчезва напълно, а еволюира в друга или се разклонява в поредица нови течения.

Описаното от Алън Гинсбърг, Джак Керуак и Уилям Бъроус явление *Beat Generation*, прераства в най-голямата позната ни контракултура – *хипи*. Техните дълги коси, безформени дрехи в ярки цветове и етнически стилове отразяват категоричното им несъгласие с буржоазните норми и морал на западния свят, но се превръщат в тенденция в масовата мода, която периодично се възражда в колекциите на дизайнерите и до днес. *Хипи* са последвани от т.нар. *freak* субкултура, чиито последователи прегръщат идеята за „странността”, като алтернативен външен вид.

Следващата контракултура със значително влияние е *пънк*. Той е едновременно музикален жанр и бунтовнически дрес код, реакция на работническата класа срещу задълбочаващата се икономическа криза и безработица. В музикален и социален аспект *пънкът* е антитеза на *хипитата*, *прогресив рока* и набиращата сила култура на *диското*.

Последните две десетилетия на XX век посрещат поредица от субкултурни стилове като *глам рок*, *готик*, *блиц кидс*, *хеви метъл*, *хип-хоп*, *рейв*, *сайбър* и *гръндж*. Появяват се групи, които оспорват доминиращата масова култура единствено чрез външността си като *хараджуку* и *имо*. Течението *Modern Primitive* е изградено на базата на отричане на бързо сменящите се модни течения в западната мода и конструиране на

непроменяема визия, чрез техники, модифициращи тялото, като татуировки, пийърсинг и скарификация.

Появява се *хипстърството* - първата субкултура, която не се интересува от противопоставяне на доминиращите ценности. Отношението им към мейнстрийм културата е негативно, но по-скоро апатично, отколкото бунтовно. Групата е сплотена от общи интереси, но напълно липсват общи цели и програма, каквито по принцип са присъщи на субкултурите.

Паралелно съществуват редица общности със специфичен дрес код, организирани на база на незаконна дейност и престъпен начин на живот. Като отчетливи примери тук можем да посочим *уличните банди*, моторджийското братство *Hells Angels* и японската подземна групировка *Якудза*.

В постмодерното общество, субкултурите добиват ново измерение. Докато традиционно „субкултура“ се използва, за да се обозначи последователна, стабилна и специфична идентификация на група, днес участието в подобно течение предлага възможност за конструиране на една или повече алтернативни идентичности. Това дава основание на много автори да смятат, че „субкултура“ вече не е успешна концепция, която може да обхване постмодерните и постсубкултурни съвременни стилове.

#### ИЗВОДИ КЪМ ШЕСТА ГЛАВА:

Облеклото и външният вид са силен инструмент в изграждането на групова идентичност сред субкултурите. Заедно с музиката и други форми на изкуство (графити, графични изображения и др.) дрехите, гримът, прическите, аксесоарите и модифициращите тялото практики са и ефикасно средство за невербално комуникиране на целите, идеалите и същността на субкултурните течения. Съществуването им под различни форми въпреки негативните реакции на обществото и опитите да бъдат ограничавани и спирани, доказва, че съществува и нужда доминиращите ценности да бъдат ако не отричани, то поне оспорвани.

Вместо прегръщането и отстояването на характерен групов стил, постмодерните стилови практики се характеризират с високо еkleктични и специфични свързвания на индивидуални стилове, както и с честата им промяна. Смяната на идентичности е характерна за постмодерното общество и облеклото е ефикасен инструмент за поддържането на този процес.

Въпреки че престъпният свят не изисква непременно визуални доказателства за принадлежност към него, очевидно е наличието на немалка част от групи с криминално поведение, които конструират идентичността си и с помощта на дрехи, прическа, аксесоари и постоянни модификации на тялото като татуиране, скарификация и пийърсинг. Благодарение на визуалните символи на облеклото, те отделят себе си от доминиращите схващания на обществото и оспорват неговите закони, ред и начин на живот.

## VII. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА СЕКСУАЛНА ИДЕНТИФИКАЦИЯ

ЛГБТ общност е термин, който определя различните гей, на лесбийките, бисексуалните и на трансджендър субкултури. Някои хора предпочитат да крият сексуалните си предпочитания, докато други – да ги прокламират, често чрез облеклото и други външни белези. Външността се явява кодиран визуален проводник за изразяване на сексуална идентичност, когато е налице невъзможност за открита вербална комуникация. Често облеклото играе ключова роля в процеса наречен *каминг-аут* (coming-out) - процес на (само)осъзнаване и споделяне (откриване) на идентичността спрямо и по отношение на сексуалната ориентация.

Използването на облеклото за идентификация на сексуалната самоличност като ЛГБТ може да бъде разгледано като форма на развитие на общността. Осъзнавайки, че идентичността им е различна, членовете на ЛГБТ общността правят усилие да се дистанцират от „нормалните“ и да покажат независимостта си от културните норми, към които хетеросексуалните се придържат. В зависимост от социалния и културен климат, както и от степента на приемане на различната сексуална ориентация от обществото, външността на ЛГБТ членовете варира от пълна асимилация в доминиращата хетеросексуална среда (за да бъдат приети като хетеросексуални), до радикално излагане на сексуалната ориентация чрез различни естетични и културни средства.

Съвременното разбиране и идентифициране на хомосексуалността до голяма степен е продукт на западната култура от XIX и особено втората половина на XX век. Тя не е идентична на проявите и схващанията за хомосексуалността в по-старите епохи и култури. Наличие на хомосексуални отношения доказват множество паметници от Египет, Древна Гърция, Рим и древните общества на Индия, Китай и Япония.

Християнската западна традиция повелява хомосексуалността да бъде заклеймявана като греховна. В тази ситуация се появяват дрес кодове и артикули, които могат дискретно да сигнализират сексуална ориентация. Много често това са специфични цветове или аксесоари и както и други секретни символи се развиват и променят с времето.

Една от основните теми, засягащи външната страна на хомосексуализма е пресичането на установените за приемливи граници между половете. Като цяло хомосексуалните мъже са смятани за женствени, етикет, свързан в голяма степен с вниманието, което отделят на външността си. Към края на 60<sup>те</sup> хомосексуалните и от двата пола в Западния свят започват да оспорват позицията си на второкласни граждани и стереотипите, които обществото си е създало за тях – „красавици“ и „мъжкарани“. Покрай исканията за права и признание хомосексуалните започват да се обръщат към външността си, третирайки темата по нов и непознат начин.

Появяват се субкултурни общности (*leathermen, castro*), които се обръщат за вдъхновение към най-ярките образци на американската мъжественост – каубоя, дървосекача, работника от строеж. (Cole, 2005)

По-благосклонният прием в обществото от 60<sup>те</sup> и 70<sup>те</sup> води до мода при хомосексуалните да бъдат забелязвани и идентифицирани с групата. Комбинацията от евтино и удобно улично облекло с подчертаване на мъжките атрибути произвежда гей-вид, който се смята не само за секси и достъпен, но и за подходящ за показване в не-хомосексуални среди.

В началото на 80<sup>те</sup> хомосексуализмът започва силно да се асоциира с болестта СПИН. Загубата на телесно тегло става външен знак за положителен HIV статус. Въпреки че хомосексуалисти с наднормено тегло винаги е имало, в този период започва да се цени подобна външност. (Reilly, 2010) Това е една от вероятните причини за появата на субкултура, наречена Bears (“Мечките”), чиято култура еротизира естественото до едро телосложение и окосмяването.

В последните години отново се появява субкултурна група, която отхвърля мъжествеността като естетически принцип, т.нар. *twink* - млади или изглеждащи млади гей-мъже със слабо телосложение, екоморфна структура, малко или никакво окосмяване по тялото и никакво окосмяване по лицето. Общите промени в естетическите нагласи в началото на XXI век обаче правят по-лесно различаването на *bear* от *twink*, отколкото различаването на *twink* от хетеросексуален младеж от улиците на произволен метрополис.

Днес много от характерните в миналото гей-прояви на външността са твърде популярни сред младите, хетеросексуални мъже. Обезкосмяването, грижата за маникюра, честите посещения на фризьор и козметик са привилегия на всеки, който иска да занимава себе си и околните с физическата си красота. Тази загуба на визуални средства, които са служили като език на хомосексуалните води до популярността на определени символи, които еднозначно индигират сексуална принадлежност. Без значение дали са отпечатани на фланелки или са татуирани върху тялото, тяхното предназначение е безапелативно да демонстрират идентичността на носещия ги. Най-популярният гей-символ е „флагът на дъгата”.

Лесбийската естетика е разделена на две части – бъч (*butch*) и фем (*femme*). Бъч стилът се асоциира повече с мъжествения стереотип, докато фем се свързва с женствеността. За бъч лесбийките облеклото и външния вид са културен феномен, използван за идентификация сред останалите лесбийки и за отделяне от доминиращата култура. С възхода на радикалния феминизъм през 70<sup>те</sup> много жени отхвърлят налаганата от модата суперженственост. Тяхното изявление, че не се обличат заради мъжете е визуализирано от обувки с равни подметки, торбести панталони, небръснати крака и липса на грим. Появява се екстремният образ на лесбийката-феминистка, която носи гащеризон и е подстригана с войнишка прическа. През 80<sup>те</sup> и 90<sup>те</sup> естетичната дихотомия бъч – фем е разрушена, както от последствията от феминизма и пълна в модата, така и от увеличаващата се толерантност към лесбийките в обществото.

Транссексуалните хора определят себе си и желаят да живеят и бъдат приемани от обществото като представители на противоположния на техния пол по рождение. Много от транссексуалните хора желаят също така да променят и телата си в съответствие с пола, към който се самоопределят. Те постигат това чрез облеклото, хормонално третиране, козметична хирургия и операции за смяна на пола. Друга ЛГБТ категория с подобно поведение е тази на *драг куинс* (drag queens) и *драг кингс* (drag kings). Макар тук също да става дума за визуална интерпретация на срещуположния пол, *драг* е термин, който се асоциира най-вече с представление. Естетиката на драг включва преувеличение на всеки детайл от облеклото, който е включен, за да бъде разпознат носещия като човек от срещуположния пол.

Освен като средство за идентификация на ЛГБТ, облеклото служи като инвентар в много фетишистки сексуални практики. Сексуалният фетишизъм се характеризира като вид сексуалност, при която възбудата е свързана с част от тялото, различна от гениталиите или неодушевен предмет, най-често част от облеклото. Често срещани фетиши са чорапи, обувки, ръкавици, перуки, пиърсинг, бельо, или други облекла, направени от специфични материали като гума, кожа, латекс, найлон. Различните униформи и костюми също са широко разпространен фетиш, както и професиите, свързани с тях.

Като цяло частите от облеклото, определени като фетиш не се възприемат в светлината на утилитарната им стойност и често напълно са лишени от такава. Дори дрехи, които по правило са част от нормалния гардероб, като високи обувки, чорапогащници, къси поли или униформи, разгледани от ъгъла на фетишизма имат само декоративна функция. Те не служат за да топят (защитна функция) или да прикриват (морална функция), а да провокират еротично привличане и да идентифицират специфични сексуални интереси.

Понякога цели култури могат да развият даден фетиш до такава степен, че той да престане да бъде възприеман като фетиш, а просто като „нормално“ желание и част от културата на този период. Някои от най-масовите фетиши са неделима част от съвременния свят - еротичното бельо, късите поли, обувките с висок ток, женските гърди или атлетичната фигура.

Фетишизмът често се покрива с различни сексуални практики, свързани с понятието БДСМ (на английски: *BDSM – bondage, discipline, sadism, masochism*) - субкултура, основаваща се на еротичния обмен на власт, нетрадиционни форми на сексуални отношения, базирани на ролеви игри на господство и подчинение.

Благодарение на субкултурни групи като пънк и leathermen фетишизмът излиза от нелегалност и навлиза в мейнстрийм културата,. Впоследствие много творци в областта на модата инкорпорират елементи или използват фетишистки символи като отправна точка за творбите си.



## ИЗВОДИ КЪМ СЕДМА ГЛАВА:

Дългите години на негативно отношение от хетеросексуалното общество водят до вярвания и стереотипи, които често са неточни и повърхностни.

Въпреки властващото схващане, че хомосексуалните мъже са женствени, а хомосексуалните жени – мъжествени, едно по-задълбочено проучване на ЛГБТ общността показва огромно разнообразие от стилове. Както и хетеросексуалните, членовете на ЛГБТ общността използват облеклото и външния си вид за привличане на сексуален партньор, за политически цели или просто за да шокират, но най-вече за да конструират идентичност, съдържаща уникалните страни на личността им.

Облеклото е важна част от сексуалните практики във фетишистката субкултура. Използването му в такъв контекст е напълно лишено от утилитарна стойност. То се превръща в съществена част от общуването между партньорите и подпомага изграждането на сексуалната им идентичност.

Утвърждаването на облекло и аксесоари, традиционни за сферата на фетишизма като мейнстрийм модни продукти води до „разбулването“ на тайния свят на фетишисткия гардероб. Артикули, някога смятани за табу, днес могат да се видят свободно носени на обществени места. От друга страна обаче, подобно поведение може да изпраща погрешни послания на околните, като по този начин предизвика у тях непредвидими или нежелани реакции.

### **VIII. ОБЛЕКЛОТО КАТО ЗНАК ЗА ПРИНАДЛЕЖНОСТ КЪМ ГРУПА. УНИФОРМА.**

Думата „uniform” (лат. *onus*, един, и *forma*, форма) като прилагателно означава еднакъв, хомогенен, постоянен и свидетелства за липса на вариации. Като съществително uniform се отнася до отличително облекло, което идентифицира носещия като член на организация, докато участва в нейната дейност и служи за създаване на визуална еднаквост в нея.

Съвременните униформи се носят от военните сили и паравоенните организации като полиция, спешни служби и охрана; носене на униформи се изисква на някои работни места и училища, както и в затворите. Към униформата бихме могли да присъединим и спортния екип, особено що се отнася до колективните спортове.

Като знак униформата носи две основни послания. Първото се отнася до еднозначната принадлежност на носещия към определена професионална и социална група и можем да го определим като отличителен знак. Второто, което се крие и в етимологията на думата „униформа” засяга визуалната еднаквост, еквивалентна на равнопоставеност вътре в групата. Можем обаче да разгледаме групата като самостоятелна структура с вътрешни зависимости, които пък са диференцирани от униформата.

В днешното общество цивилното облекло е загубило голяма част от

традиционното си статукво. Докато в миналото закони и държавни укази са определяли външния израз на социални групи, професии и др., днес дрес кодове съществуват най-вече под формата на униформено облекло. В голяма степен дрес кодът – униформа индикира принадлежността на индивида към група, която го е лишила от инициатива по отношение на облеклото като изразно средство.

Военната униформа е един от най-важните атрибути на съвременната армия. Нейната история се е развивала заедно с историята на облеклото и е преминала през различни фази - в различните епохи е надделявала утилитарната или знаковата ѝ стойност.

Лейвър подчертава шест функции на военната униформа: увеличаване на личната гордост, негативно влияние върху морала на врага, разпознаване на бойното поле, повишаване на *esprit de corps* на военната единица, демонстрация на военния ранг и физическа защита. (Laver 1937)

Униформата носи детайлна информация за тези, които познават кода. За другите тя е съществен знак за принадлежност към социална група, на която останалата част от обществото е поверила отговорността да използва оръжие. Същата социална група е натоварена с далеч по-големи рестрикции и задължения от останалите.

Въпреки общите външни белези на съвременното военно облекло, въведени поради функционалните изисквания на новия тип армия, униформата и сега притежава силна разпознавателна стойност. Това вече не се отнася към отличаване на воюващите страни или дори не толкова към вътрешноструктурните йерархични белези. Новата важна мисия на униформата е да отдели военните от цивилното население. Поради огромното си значение, тази мисия е регулирана от Женевската конвенция и всички държави, подчиняващи се на международните хуманитарни закони, са задължени да отличат визуално преките участници във военни и паравоенни организации.

Много автори изтъкват наличието на еротичен аспект на военната униформа. (Laver, 1937, Steele, 1996, Joseph, 1986) Чрез идеализиране на мъжките форми, униформата демонстрира сила, спонтанно вдъхновявайки емоции на сигурност, благоговение, страх, отвращение и желание. Подчертавайки и понякога преувеличавайки мъжката физика, униформата буквално и преносно изисква внимание.

Обединението на националните армии в международни военни съюзи, както и почти задължителното участие на последните в перманентните военни конфликти в различни точки на света, води до създаването на огромни групи хора, за които военната униформа е ежедневно облекло.

Облеклото се използва както от отделната личност, така и от организациите като метод за конструиране на имидж на работното място. Съвременните компании харчат милиони всяка година, за да дефинират, поддържат и контролират облеклото на служителите си. В зависимост от поставените цели, предписанията към персонала варират от по-общ дрес код



(обикновено забраняващ различни стилове или части от облеклото) до униформа, прецизирана и в най-малкия детайл. Такова внимание към външния вид на работещите не е случайно - работната униформа е пряк участник във външните и вътрешните за организацията процеси. От една страна (пасивната), тя е информатор за организационната структура, за традиционни за компанията ценности, за степента, в която компанията иска да се асоциира с дадена сфера, институция или обществено течение. От друга (активна) страна, работното облекло може окаже влияние върху резултатите на индивидуално и организационно ниво.

Училищната униформа е една от малкото разновидности на облеклото, които продължават да поддържат живо понятието dress code. В много страни тя е задължителна, а в други се водят ожесточени спорове за ползата и вредата от нея. Различната униформа на всяко учебно заведение е знак за идентификация и принадлежност към определена група, което може да я превърне в обект на омраза или гордост, в зависимост от отношението на притежателя и околните към групата.

Спорът за/против униформата в училище се базира главно на противоположните концепции, относно посланието което тя носи. Защитниците ѝ посочват положителните аспекти – благоприличен външен вид, изместване на фокуса от различния социален статус на учениците, повишаване на реда и дисциплината, подготовка за професионалното бъдеще на учащите. Враговете на униформата изтъкват недостатъците ѝ – висока цена, ограничаване на средствата за себеизразяване, нарушаване на правата на учениците, втълпяване на идеята за подчинение и зависимост.

Вероятно никакви спорове и анализи няма да дадат окончателно решение на въпроса за ученическата униформа, тъй като предимствата и недостатъците ѝ винаги ще се оценят през призмата на конкретното в хронологически и географски аспект схващане за ролята на образованието и за измеренията на човешките права.

Макар да може да се определи като работно облекло, униформата на спортистите носи и други послания. В последните десетилетия на проектирането на спортни екипи се обръща специално внимание, не само поради факта че добрият имидж на отделни спортисти и отбори носи голяма финансова изгода, но и поради общата тенденция за популяризация на здравословния живот и красивото, атлетично тяло.

Спортната униформа е ключова за отборните спортове, служейки като разпознавателен знак за участниците и за зрителите. При индивидуалните спортове като лека атлетика, тежка атлетика и спортна гимнастика, символите в спортния екип задължително обозначават страната, която спортистът представлява. Проектирането на тези екипи се съобразява както с конкретните изисквания на спорта, така и с актуалните към момента спортни символи.

Във всички затвори по света облеклото е част от наказанието. Затворническата униформа е облеклото, което са задължени да носят

лишените от свобода лица. Макар днес да е излязла от употреба на много места, раираната черно-бяла униформа продължава да бъде най-силната асоциация със затвор.

*ИЗВОДИ КЪМ ОСМА ГЛАВА:*

Униформата е облекло, което води до визуална унификация, с цел да определи носещия като част от професионална или социална група. Детайлите в униформата могат да служат за разграничаване на стъпалата във вътрешната структура на групата.

Военната униформа притежава силна разпознавателна стойност. Това се отнася както до вътрешноерархичната система в армията, така и до отделянето на военното от цивилното население. Тя конструира идентичността на група, която е натоварена с рестрикции и задължения, но има делегирано от обществото право да носи оръжие и да го защитава.

Работното облекло е информатор, който улеснява връзката на компанията с нейните клиенти, като указва професионалната сфера, заеманата от служителя позиция и основните послания на организацията. Освен това работната униформа е пряк участник във вътрешните и външните за фирмата процеси, като повишава ефективността на служителите, легитимира отношенията им с останалите и подпомага създаването и поддържането на фирмена идентичност.

Училищната униформа е обект на дискусии в много страни. Тя е съществена част от конструирането на груповата идентичност на учащите, като намаля социалните различия, създава в учениците чувство за самоуважение и уважение към образователната институция, заздравява дисциплината и повишава безопасността. Противниците на униформата обаче смятат, че тя нарушава личната свобода на индивида, като го поставя в подчинена позиция и го лишава от правото на себеизразяване. Така индивидуалността е засегната за сметка на груповата идентичност.

Спортните екипи могат да бъдат възприети като част от работното облекло. Груповите спортове изискват униформа, за да бъдат разпознавани от противника и от зрителите. При индивидуалните спортове екипът често обозначава вида на спорта и националната принадлежност на спортиста, а понякога професионалното ниво и социални или организационни послания.

Униформата на лишените от свобода е част от наказанието във всички затвори по света. То дефинира принудителната липса на права по отношение на изявите на личността. Както и при другите видове униформа, затворническото облекло предполага унифициране с цел по-висока дисциплина и вмениява идеи като спазване на установените правила и придържане към груповите ценности на обществото.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Значимостта на темата на настоящото изследване произтича от факта, че облеклото е неразделна част от ежедневието ни. От всички заобикалящи ни предмети на бита, то е най-близко до нас – от една страна, заради интимната му връзка с физическото ни тяло, от друга, заради невъзможността да бъдем възприети извън контекста му. Облеклото представлява съвкупност от предмети, но и съвкупност от изображения. Дрехата може да служи като броня, като оръжие, да съблазнява, да мами, да привлича и да отблъсква. Често посланията, отправяни чрез нея са подсъзнателни, понякога дори погрешни. Облеклото е визуалната граница между нас и обществото и един от най-достъпните и гъвкави начини да изградим идентичността си.

Изследването на различните проявления на идентичността води след себе си както отговор на темата за мястото на комуникационната роля на облеклото, така и множество нерешени въпроси, относно бъдещето на така построената знакова система. Сред тях са универсалността на модния език, загубата на оригинален смисъл в условията на глобалност, способността на облеклото да оспорва и руши съществуващи социални конструкции, значимостта на знаците в постмодерната ситуация на сменящи се идентичности и други.

Така построената система разглежда обстойно аспектите на идентичността, комуникирани чрез облеклото, но се намира в състояние на крехко равновесие. Нейната актуалност е фиксирана към настоящия момент и подлежи на непрекъснати промени. Възможни са както отпадането на идентичностни проявления, така и добавянето на нови.

Въпреки това, проучването ни дава възможността да формулираме ясно няколко основни извода:

- Облеклото конституира процес, при който се извършва общуване между носещия го и възприемащия. Дрехата служи като материален, визуален език и изпълнява функцията на невербален комуникационен канал. Тя е знак, който има семантична стойност – предава смисъла, който влага носещия и прагматична стойност – въздейства върху възприемащия.
- Можем да разглеждаме външния вид като система от смислообразуващи, които формулират акта на самосъздаване и позициониране на индивида в общността.

- Социалните интеракции неминуемо рефлексират върху вида на облеклото. Изграждането на социална идентичност е основен двигател в модните процеси и е определящо за развитието на пазарните категории в модната индустрия.
- Облеклото служи както за изява на индивидуално отношение, така и за конструиране на групов идентичност. Тази му функция е съществен фактор при съхраняването на религиозни и етнически общности, както и при формирането на групи по интереси.
- Способността на облеклото да комуникира индивидуални характеристики е основно средство в конструирането на полова и сексуална идентичност, както и в борбата с изградените стереотипи.
- Облеклото притежава опозиционна сила. Тя се използва както в усилията на субкултурните общности да се отделят от доминиращата култура, така и от всеки, желаещ да изрази идеологическа позиция.
- Облеклото е съществена част от инструментариума за социален контрол над групи от обществото. Визуалната унификация чрез униформа има пряко психологическо въздействие и подпомага формирането и запазването на груповите ценности.
- Развитието на медиите, поп-културата и масовата мода са сред основните фактори, които влияят върху традиционната знаковост на облеклото. Макар на пръв поглед да изглежда, че глобализираният свят ще говори на универсален моден език, на практика модната индустрия предлага подмяна на смисъла и съответно на идентичността, комуникирана чрез облеклото.

## СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ И ПРИЛОЖИМОСТТА НА РЕЗУЛТАТИТЕ

- На базата на многобройни примери от историята на костюма и модата, настоящата дисертация доказва безспорното превъзходство на комуникационната роля на облеклото над останалите му функции. Анализирани са както модели от ранни епохи, така и множество съвременни примери за знаковостта на различните елементи от външния вид на човека.
- Всяка от главите на дисертационния труд представлява задълбочен обзор на социална сфера, в която индивидът заема определено място. Облеклото е представено като невербална форма на общуване и носител на знаковост и е доказана ефективността му в тази посока.
- Въпреки съществуващите опити за създаване на подобна система, досега липсва толкова подробна класификация на проявленията на идентичността чрез облеклото и външния вид.
- Текстът задълбочено анализира социалните, икономически, политически и културни фактори, които влияят върху естетическите критерии и съответно върху вида на облеклото.
- Дисертационният труд не само формулира знаците на облеклото, но и изследва функционирането им в процеса на общуването и влиянието им върху възприемания.
- Облеклото и модата се разглеждат в огромната част от наличната литература чрез способите на историческата наука и естетиката. За първи път у нас темата за облеклото е представена чрез пресичане на социологически, семиотичен и културологичен анализ.
- Настоящият дисертационен труд се явява едно от първите изследвания на български език в областта на теорията на модата и облеклото. Текстът би могъл да послужи както на преподаватели и студенти по мода, така и на по-широк кръг читатели, които имат интерес в тази област.

- Дисертацията представлява нова гледна точка към функционалността на облеклото, което пряко касае практически процеси като проектиране и развиване на модни продукти. Съобразяването с комуникационната роля на облеклото би позволило на дизайнера да реагира адекватно на нуждите на своите потребители.
- Настоящото изследване може да послужи като основа за бъдещи проучвания в областта на функциите на облеклото, а направените в него изводи – да намерят практическо приложение във формулирането на задачите пред модния дизайнер.

**ЛИТЕРАТУРНИ И ИНЕРНЕТ ИЗТОЧНИЦИ ПОЛЗВАНИ В АВТОРЕФЕРАТА**

**Arthur, Linda B.** „Religion and Dress.“ От *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, editor: V. Steele. Thomson Gale, 2005.

**Barnard, Malcolm.** *Fashion as Communication*. 1st. Routledge, 1996.

**Barthes, Roland.** *Systeme de la Mode*. (Преведено от Мая, Горчева, Агата - А, 2005). Editions du Seuil, 1967.

**Berger, John.** *Ways of Seeing* . Penguin Books, 1972.

**Cole, Shaun.** „Fashion and Homosexuality.“ От *Encyclopedia of Clothing and Fashion*, Vol.2, editor: V. Steele. Thomson Gale, 2005.

**Crane, Diana.** *Fashion and Its Social Agendas*. University of Chicago Press, 2000.

**Eicher, Joanne B.** *Dress and Ethnicity: Change Across Space and Time*. Berg, 1995.

**Flugel, J. C.** *Psychology of Clothes*. 1st. The Hoggart Press, 1930.

**Harms, Ernst.** „The Psychology of Clothes.“ *The American Journal of Sociology*, Vol.44, No.2, 1938: 239-250.

**Joseph, Nathan.** *Uniforms and Nonuniforms: Communication Through Clothing*. Greenwood Press, 1986.

**Laver, James.** *Taste and Fashion: From the French Revolution until Today* . George G. Harrap & Co. Ltd, 1937.

**Lurie, Alison.** *The Language of Clothes*. Vintage Books, 1983.

**Peirce, Charles Sanders.** *Collected papers Of Charles Sanders Peirce*. 3rd. Редактор: Weiss Hartshorne. Том II. Cambridge: Harvard University Press, 1974.

**Reilly, Andrew.** „Gay, Lesbian, Bisexual, and Transgendered Persons.“ От *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion*, editor: Joanne Eicher. Berg Publishers, 2010.

**Steele, Valerie.** *Fetish: Fashion, Sex & Power*. Oxford University Press, 1996.

**Wilson, Elizabeth.** *Adorned in Dreams*. London: Virago Press, 1985.

**www.britannica.com.** 2013.

<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/551450/social-status>

**Беров, Тодор.** *Семантика на изкуството*. Варна: Зограф, 2000.

## СПИСЪК С ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. **Dvoretzka, Yana.** (2008) *Dress Codes*, Korea-Bulgaria International Conference, Proceedings, p. 22-28
2. **Dvoretzka, Yana.** (2010) *Beauty is the Beast*, Korea-Mongolia International Conference, Proceedings, p. 114-117
3. **Dvoretzka, Yana.** (2011) *The Language of Appearance*, Korea-Russia International Conference, Proceedings, p. 193-196
4. **Дворецка, Яна.** (2011) *Работното облекло като средство за конструиране на фирмена идентичност*, Сборник доклади на Студентска научна сесия - СНС'11, Русенски университет „Ангел Кънчев”, стр. 7-11
5. **Дворецка, Яна.** (2011) *Облеклото като знак за религиозна идентичност*, Научна конференция „Дизайн и архитектура – теория, практика и взаимодействие”, 15.06.2011
6. **Дворецка, Яна.** (2013) *Облеклото като знак за политическа/идеологическа принадлежност*, (ръкопис под печат), НБУ